

## Wie, rales Marketing?

### Der Markt ist tot. Es lebe das Marketing.

Na endlich. Haben wir es doch nun endlich geschafft, den Kapitalismus totzukriegen. Börsen zerbröseln. Konjunktur siecht. Staaten sind pleite. Banken brauchen Bares. Geld ist nichts mehr wert. Kunden scheißen sich in die Hose, wenn sie was kaufen sollen – oder haben das Geld dafür längst verzockt. Nicht nur Autobauer sitzen auf Halden voller schrottiger, einst kultig-hipper Waren. Apokalypse: wow!

Wer keinen Umsatz hat, kann kein Geld für Werbung ausgeben. Wer keine Werbung macht, kann keinen Umsatz generieren. Ein Teufelskreis, zum Kotzen. Wie kommt man aus der Nummer raus?

Virales Marketing! Viren, das sind doch die kleinen Krabbeltierchen, die immer mutieren, wenn Onkel Doktor mit der Spritze kommt? Genau. Die machen andere krank, bevor man sie gefangen nehmen kann. Wie im Leben, so bei den Computern. Nichts ist gefürchteter als ein Virus. Das Krank-Virus und der Crash-Virus haben jetzt Familienzuwachs bekommen, ein netter Vetter sozusagen: Virales Marketing. Früher nannte man das „Mund-zu-Mund-Propaganda“, heute heisst das Linkipedia, oder so. Kaum ist etwas im Netz, ist es nicht mehr aus dem Netz rauszubkommen, eben wie ein Virus. Weil jeder jedem diesen Link per Email schickt, die Linkobjekte down- und upgeloadet und peer-to-peer gesaugt werden und die schrägsten Sachen binnen Stunden Kult werden. Kein Grippevirus könnte das schaffen. Noch nicht mal ein Trojaner.

Das Problem ist nur, meistens sind die Menschen ja böse und sagen anderen Menschen Übles nach. Dann drehen sie fiese Filme darüber und schwupps, ist der Ruf im ... selbigen. Coca-Cola und Mentos ging das letzstens so, Coca Cola als Looser, Mentos als Reinkarnation. Da spritze, schäumte, geysierte es nur so rum, dass die PET-Flasche kracht. Deshalb drehen immer mehr arme Firmen den Spieß rum. Microsoft zum Beispiel. Weil die sich mit ihrem schmalen Etat keine Profi-Schauspieler vom relativ nahen Hollywood ausleihen können, musste Willi Tore (engl: Bill Gates) selbst ran: er mimte den Blöden, der in anderen Filmen immer vom Appleschlauling verarscht wird (wieso mimte. Er gab exakt jenen putzigen Unbeholfenen, den eigentlich alle, vor allem Frauen, aus Mitleid gern haben und immer knuddeln müssen). Solche Filmen guckt sich dann jeder an, lacht und empfiehlt mindestens zehn weiteren Internet-Kumpels, auch zu gucken und zu lachen. Daher viral, sich ausbreitend wie die Pest.

Das empfehlen wir Ihnen auch. Wenn schon kein Geld für Werbung, dann wenigstens Spaß damit. Wenn schon keine Ideen, dann aber auch richtig. Wenn schon alles traurig genug ist, auf der realen Börsengeldverzockekonjunkturimeimer-Welt, dann muss man auch keinen Sinn mehr sehen. Weder in der Welt, noch in der Werbung, noch in der Welt der Werbung.

In diesem Sinne: virale Grüße und hier sehen Sie, wie andere in der Marketing-Sitzung entscheiden:

<http://de.youtube.com/watch?v=uF2djJcP02A>